

UMSETZUNG VON E-COMMERCE PROJEKTEN

Strukturierte Agenturauswahl



Landsiedel

0

Strukturierte Agenturauswahl

Einführung

8 von 10 Unternehmen sind nicht zu 100% zufrieden mit ihrer E-Commerce Agentur.

1

Strukturierte Agenturauswahl

Grundlagen

Strukturierte Agenturauswahl

Grundlagen

- Agenturen gibt es wie Sand am Meer. Speziell in Deutschland bzw. in der DACH Region gibt es aktuell einen Überschuss an Dienstleistern
- Die Agentur sollte immer dann gewählt werden, wenn die Systemscheidung getroffen ist. Suche dir die passende Agentur für dein System und nicht das System für deine Agentur
- Bei der Auswahl der passenden Agentur sollte methodisch und strukturiert vorgegangen werden. Entscheidungen sollten sich immer anhand von Fakten begründen lassen
- In der Praxis tun sich viele Unternehmen aber schwer und nehmen irgendeinen Dienstleister, meistens den günstigsten

Strukturierte Agenturauswahl

Grundlagen

- Eine saubere Vorgehensweise ist aber nicht komplex, aber erfordert Zeit. Die Zeit ist an diesem Punkt aber sehr gut investiert.
- Am Ende kommt es auf weiche und harte Faktoren an, die zu einer Entscheidung führen
- Zudem muss eine Risikobewertung durchgeführt werden. Jede Entscheidung ist mit Risiken verbunden
- Im Gegensatz zur Systemauswahl kannst du bei Agenturen zumindest eingrenzen, dass sich die Agentur gut mit dem System auskennt

2

Strukturierte Agenturauswahl
Softe Faktoren definieren

Wie lange besteht die Agentur

Grundlegende Frage die auf Stabilität hindeutet. D.h. wie
lange existiert die Agentur am Markt.

A large, solid orange shape in the bottom right corner of the slide, resembling a quarter-circle or a stylized '0' that curves around the page number.

01

Agenturgröße

Handelt es sich eher um einen großen oder kleinen Partner, mit dem man zusammenarbeitet? Das sollte immer zum eigenen Unternehmen passen.

02

03

Spielt eigentlich weniger eine Rolle, ist aber für Unternehmen oft ganz wichtig: Sitzt die Agentur vor Ort, oder ist sie gegebenenfalls im Ausland.

Regionalität

Ist die Agentur für die gewählte Software zertifiziert bzw.
liegen Erfahrungen vor.

Zertifizierung

Branchenwissen

Wie gut kennt sich der Umsetzungspartner in der eigenen Branche aus. Spielt vor allem im B2B eine große Rolle.

Service und Support

Wie und in welcher Qualität wird Support und Unterstützung geliefert.

06

A large orange shape, resembling a quarter-circle or a thick curved line, is positioned in the top-left corner of the slide.

07

Nach welchen Konditionen bzw. auf welcher Basis wird abgerechnet.

**Preise und
Kostenstruktur**

Rahmenparameter zum Unternehmen um auch abschätzen zu können, ob dieses in einigen Jahren noch am Markt aktiv ist.

**Investitions-
sicherheit**

3

Strukturierte Agenturauswahl
Harte Faktoren definieren

Strukturierte Agenturauswahl

Harte Faktoren definieren

- Grundlage sind die User Stories
- Innerhalb der User Stories muss die Agentur jede Story bewerten
- Bei der Bewertung gibt es folgende Optionen
 - Out of the Box
 - Konfiguration
 - Customizing
 - Entwicklung
 - Nicht realisierbar

Strukturierte Agenturauswahl

Harte Faktoren definieren

- Aus den Ergebnissen wird ein Faktor gebildet
- Man kann dann relativ einfach sehen, an welchen Punkten welcher Aufwand anfällt
- Auch hier gilt: Je besser die User Stories, desto besser ist dieses Ergebnis
- Daraus resultiert ein Endpreis

4

Strukturierte Agenturauswahl

Longlist erstellen

5

Strukturierte Agenturauswahl
Shortlist erstellen

6

Strukturierte Agenturauswahl
Shortlist bewerten

Strukturierte Agenturauswahl

Shortlist bewerten

- Wenn du eine Shortlist hast, hast du schon 80% des Weges geschafft
- Nun empfiehlt es sich 6-8 Unternehmen zu definieren
- Nimm an dieser Stelle die 6-8 “besten”
- Kriterien sind immer sehr projektspezifisch. Also nehme die Kriterien, die für dein Projekt am meisten Sinn ergeben
- Wenn du mehr als 6-8 Agenturen auswählst läufst du Gefahr, dass der nachfolgende Prozess zu viel Ressourcen beansprucht
- Wichtig: Du hast immer noch im schlimmsten Fall die weiteren Kandidaten auf deiner Shortlist und kannst weitermachen. Hinterlasse also keine verbrannte Erde
- ...

7

Strukturierte Agenturauswahl
Meetings mit Agenturen planen

Was willst du wissen?

Ein Meeting macht dann Sinn, wenn du genau weißt, was
als Ergebnis dabei herauskommen soll. Frag dich also
zuerst, für was du dich interessierst.



01

Pitch Dokumente

Sende im Vorfeld die Pitch Dokumente zu und erkläre klar, dass es sich um einen Auswahlprozess handelt. Es sollte an dieser Stelle fair und transparent zugehen.

03

Überlege dir auch genau, welche Personen von deinem Unternehmen und der Agentur anwesend sein sollen. Wenn du nur mit dem Vertrieb sprichst, bekommst du auch nur Vertriebsantworten.

**Wen brauchst
du?**

Erstelle im Vorfeld eine Excel mit Kriterien, damit du das Meeting bewerten kannst. Weniger Bauchgefühl, mehr Zahlen, Daten und Fakten.

**Bewertung
überlegen**

8

Strukturierte Agenturauswahl
Meetings mit Agenturen durchführen

Strukturierte Agenturauswahl

Meetings mit Agenturauswahl durchführen

- Umfang in der Regel 90 - 120 Minuten
- Agenda ist im Vorfeld bekannt und es wird sich daran gehalten
- Du und dein Team haben die Bewertungsvorlage dabei und machen sich Notizen
- Du gehst alle relevanten Fragen durch und findest Antworten
- Zudem achte bitte auf folgende Punkte:
 - Passt die Chemie?
 - Wie stark “glaubst” du den Antworten?
 - Gibt es etwas negatives, was dir auffällt?
- ...

9

Strukturierte Agenturauswahl
Ergebnisse analysieren und bewerten

Strukturierte Agenturauswahl

Ergebnisse analysieren und bewerten

- Am Ende des Prozesses hast du von 3-4 Agenturen:
 - Die weichen Faktoren
 - Die harten Faktoren
 - Die Erkenntnisse aus dem Meeting
- Alle Inhalte werden in einer Excel zur Gegenüberstellung übernommen
- Idealerweise hast du immer noch 3-4 Kandidaten, mit denen es “geht”
- Dennoch musst du eine Entscheidung treffen
- Entwickle zwei Varianten, die in unterschiedliche Richtungen zielen

10

Strukturierte Agenturauswahl Aufgaben